

## El autor y la tradición de Carnegie

Lluís Pastor es doctor en Periodismo y titulado en Dirección y Administración de Empresas. Es profesor de materias de comunicación en la Universidad Ramon Llull y colaborador en medios de comunicación sobre publicidad y comunicación corporativa. Realiza tareas directivas en el mundo editorial y académico. Más concretamente, dirige la Editorial UOC, activa editorial de la Universitat Oberta de Catalunya, que tiene entre sus objetivos desarrollar y publicar obras para sus cursos. También es el director, en la misma Universidad, del eLearn Center, el centro de investigación aplicada sobre *e-learning* o enseñanza por medios telemáticos.

La curiosa desenvoltura del título de su último libro, *El jefe habla (locuta rex)*, adopta un estilo mixto, que combina coloquialismo y erudición clásica, para anunciar un contenido que queda explicado en el subtítulo, *Coaching de comunicación para directivos*. Su propósito recuerda la obra del conocido divulgador norteamericano Dale Carnegie, *Hombres de negocio influyentes*, aparecida en la primera mitad del siglo XX. Como Carnegie, recoge unos claros y concisos principios de oratoria para la dirección de equipos de personas en corporaciones y para comunicar con el público en general.



Esta obra sigue la estela de la oratoria contemporánea señalada con tanto éxito por Carnegie. Este sobresaliente agente de ventas y formador, Dale Carnegie (1888-1955), extrapoló de su trabajo de comercial el estilo y los consejos oportunos para llegar a millones de lectores y alumnos mediante una cadena de academias franquiciadas. Organizó cursos de motivación para los que redactó diversos títulos: *Cómo hacer amigos e influir en la gente*, *Cómo dejar de preocuparse y empezar a vivir*, y *La forma rápida y fácil de hablar eficazmente*. Su viuda los refundió póstumamente en un compendio (Carnegie 1962). Con Carnegie las técnicas de oratoria entran en la era no ya industrial, puesto que de esa etapa da cuenta Mark Twain en el siglo XIX, sino en la de los medios de comunicación social. Los cursos de Dale Carnegie fueron un programa de autoayuda basado en un plan de estudios estandarizado. Estaban dirigidos por formadores por todo el mundo desde el segundo tercio del siglo XX. Sus especialidades son las ventas, hablar en público y un curso para directivos.

Hoy en día la fama de Carnegie ha decrecido y los jóvenes suelen desconocer sus aportaciones a la oratoria. Se trata de una oratoria expurgada de términos clásicos y preámbulos teóricos, que resulta particularmente apta para discursos de circunstancias y técnicas de comunicación comercial y empresarial. Llegados a este punto, es comprensible que haya nuevas propuestas, con frescura y sin ataduras a viejas patentes, para satisfacer las necesidades comunicativas del mundo corporativo. El libro de L. Pastor aporta una renovación de esa línea de oratoria en la cultura de la producción y el consumo, una línea que quizá injustamente hasta el momento ha obtenido tan escaso o nulo reconocimiento académico, a pesar de que ejerza tanta influencia en el imaginario social sobre las técnicas del discurso alocutivo y que proporcione tanta actividad al mundo editorial.

Lluís Pastor ha llegado a este trabajo tras un periplo de producción de obras sobre comunicación, en las que ha ido despojándose de imposiciones del ensayo académico para elaborar un escrito fluido y sencillo, como si se tratara de una charla entre compañeros. En años precedentes se ha ocupado de la argumentación y sus falacias en *Si un lleó entrés en uns grans magatzems (Si un león entrase en unos grandes almacenes, 2007)*, al estilo de trabajos como el de T. Catchart y D. Klein, *Aristóteles y un armadillo van a la capital (2007)*, en el que estos autores norteamericanos denuncian con humor mentiras de políticos de su país.

Al año siguiente Pastor da a la imprenta un libro sobre oratoria, *Retòrica Exprés (2008)*, y otro más sobre principios psicológicos de la comunicación en la búsqueda de la satisfacción de la autoconfianza, *Parla'm i seré feliç (Háblame y seré feliz)*. La elocución y sus efectos estilísticos para conseguir una comunicación clara y eficaz son el asunto de su siguiente libro, *Escritura sexy (2010)*, donde *sexy* refiere el erotismo simbólico del encuentro y la comprensión comunicativos.

Pastor ha dirigido luego su atención a la innovación educativa, concretamente en la metodología de los estudios universitarios con *Funiversity: los medios de comunicación cambian la Universidad (2011)*, a la luz del principio de la diversión en el aprendizaje, mediante técnicas ágiles centradas en el estudiante y asistidas por recursos multimodales de búsqueda de información y resolución de problemas.

Finalmente, en este historial de obras del autor, una historia breve y esquemática de la retórica ha constituido el asunto de su último libro, *La retórica antigua (2016)*, que es la versión castellana de un título aparecido en catalán en 2007, al inicio de esta colección de publicaciones sobre discurso, educación e interpretación de la comunicación.

## Oratoria de la claridad, la atracción y la persuasión

Lluís Pastor asevera a propósito de *El jefe habla* que no es el típico libro para mejorar la comunicación de los directivos, porque aspira a divulgar no ya las ideas comunes al respecto sino un método propio. Basa su eficacia en tres elementos, que son la claridad, la atracción y la persuasión. De modo consecuente con ese orden, reparte los capítulos en tres partes, relativas a los objetivos gradualmente crecientes de ser claros expositivamente, mejorar la atracción que se despierta con la intervención y, finalmente, desarrollar técnicas de influencia social para dominar la persuasión.

En realidad, la reducción de las claves oratorias a esos tres conceptos, claridad, atracción y persuasión, se fundamenta en muchos otros más, como los de liderazgo y roles, equipo y función directiva, comunicación no verbal y actuación, organización conceptual y argumentación, voz y discurso, *coaching* y motivación. Se comprende que el autor obvie, en aras de una didáctica de la sencillez, que cada una de las tres partes de la obra beba de las fuentes tradicionales de la retórica, es decir, de las cinco operaciones retóricas y de las pruebas argumentativas, emocionales y carismáticas de la persuasión.

La primera parte, la de la claridad, trata de la elocución y de sus recursos expresivos. En este conjunto desgrana el sentido y los ejemplos ilustrativos sobre diversos principios que denomina mensajes, el primero de los cuales es que, si el centro de la comunicación son los otros, el orador ha de adaptar su estilo al del auditorio.

El siguiente principio consiste en atenerse a una idea principal y dejarla claramente establecida. Con ese fin, la repetición –tercer principio– ayuda a comprender mejor lo dicho. Para que la audiencia reconozca mejor los mensajes, al modo de los discursos políticos de dignatarios, recomienda el uso de frases cortas, que son a las que se suele dar más importancia. Finalmente, la elocución se perfecciona al elegir las palabras como si el orador fuera un piloto que traza sus movimientos con la previsión y delicadeza con que lo hace un piloto, una analogía que expresaba el escritor Ramón Gómez de la Serna en un documental cinematográfico de 1928, rodado experimentalmente a campo abierto.

La segunda parte, la que se ciñe a la mejora de la atracción, es un desarrollo de lo que la oratoria refiere como invención y actuación, aquellas que desarrolla el orador primero planificando su exposición y luego pronunciando el discurso. Los consejos que el autor ofrece al respecto observan esa elección ática o formalmente sencilla y clara. Los primeros tienen que ver con la invención u operación argumental y recomiendan centrarse en una cuestión o idea principal de un modo directo. Para dar consistencia a esa elección conceptualmente sencilla, el formador de oradores recomienda “atrapar la atención de manera emocional”.

A su vez, lanza la metáfora de que las ideas cuentan como un ejército, de lo que concluye que con el uso de esa fuerza militar se culmina la conquista de su auditorio. A estos consejos les siguen otros más sobre la actuación, con indicaciones para “vencer la soledad del comunicador”, “mostrarse a cuerpo descubierto” y usar los brazos como una “batuta del director de orquesta”, útiles para disponer del estrado como escenario de una representación y de sí mismo como un actor con aplomo. En breves epígrafes trata también del instrumento de la voz y de la memorización o la lectura de las intervenciones.

A continuación, en la tercera y última parte, “Técnicas de influencia social”, Pastor recoge una quincena de consejos sobre recursos de la argumentación, que proceden en buena parte de los tópicos aristotélicos y corresponden a la operación de la inventiva. Con dos máximas advierte el formador de la dificultad a que se puede enfrentar un orador, que es la necesidad de “cambiar la opinión de los demás” y asumir que “creer que se tiene la razón no basta” para convencer al auditorio. Con esta llamada a la prudencia, Pastor justifica la importancia de buscar argumentos persuasivos, que extrae de los tópicos y de su asombrosa eficacia. Convince especialmente aquello que es concreto, así como lo experimentado, lo admirado, lo probable, lo compartido, lo prototípico y lo metafórico.

## El estilo como mensaje

Según declara su autor, *El jefe habla* es el fruto de la oralidad y del azar. Pastor impartió un seminario de un par de días para directivos, una circunstancia que recuerda, en términos reducidos, la experiencia formadora del precursor Dale Carnegie. Los organizadores le pidieron que “realizara un curso eminentemente práctico, para que en doce horas, repartidas en dos días consecutivos, los directivos volvieran a sus empresas con unas directrices claras sobre cómo mejorar la comunicación con sus equipos, sus accionistas y con el público en general” (Pastor 2016: 11). Al narrar el autor el origen de su obra, describe también los objetivos con los que se comprometió en aquella ocasión y que, por extensión, aplica a la lectura del libro. ¿Qué tiene de especial el libro? En primer lugar, es original por el contenido que expone: ágil, conciso y con alusiones al aquí y ahora de

la enunciación. También es llamativo por el estilo que adopta: un estándar oral, con acotaciones sobre lo que sucede en la sala. Las páginas de *El jefe habla (locuta rex)* son en realidad fruto de la transcripción de las sesiones, que alguien tuvo la previsión de grabar. En definitiva, el libro es un seminario expuesto en los términos del propio acontecimiento.

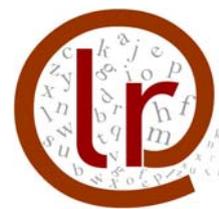
La originalidad incluye la adición de una segunda voz a las páginas. El formador encarna la voz del ponente, pero añade la de otro personaje, un asistente al seminario. Pastor manifiesta que recibió por correo las notas de comentarios a sus clases que escribió uno de los participantes. Da a conocer su nombre y lo presenta como periodista y asesor de una organización no gubernamental. E incluye sus observaciones, a continuación de cada epígrafe. Estas dos voces, se correspondan a la realidad o sean un artificio del autor, dialogan como en un intercambio parsimonioso. Lo curioso es que a este autor espontáneo y subsidiario, que da la réplica, corresponden los comentarios más propios de la tradición retórica, con un estilo de ensayo y notas de erudición, que contrastan con el discurso de aula o de asamblea de una comunidad deseosa de escuchar a sus líderes.

Considerado con perspectiva el libro de Pastor nos lleva a los de Dale Carnegie, pues a todos ellos les recorre una intensidad comunicativa similar, que procede del sello de unas personalidades locuaces y elocuentes, impregnadas de un entusiasmo contenido, casi ruboroso, pero contagioso. El hombre es el estilo, algo que se puede predicar del buen orador como del humorista imparable o del político con carisma. Como si se anticipara a nuestra afirmación, que bien podrían alegar otros lectores, Pastor concluye su libro contradiciendo esta idea y sosteniendo que el orador no es estilo sino el reflejo de su auditorio. “Defiendo que el estilo en la comunicación son los demás, los que nos ven, el público”, escribe el autor (Pastor 2016: 153). La razón que aduce es que si se tiene la ductilidad para adaptarse al entorno, es decir, a la audiencia y al propósito de la intervención, el discurso resulta plenamente eficaz. Quizá sea razonable deducir de este dilema interpretativo que el estilo de Pastor, el que ha empleado al escribir o transcribir *El jefe habla (locuta rex)*, es el más apropiado para el propósito de ofrecer una guía, la de *Coaching de comunicación para directivos*.

**Xavier Laborda Gil**

Universidad de Barcelona

[xlaborda@ub.edu](mailto:xlaborda@ub.edu)



## Referencias Bibliográficas

Carnegie, Dale (1962): *El camino fácil y rápido para hablar eficazmente*, Barcelona: Edhasa, 1986.

Catchart, Thomas y Klein, Daniel (2007): *Aristóteles y un armadillo van a la capital*, Barcelona: Planeta, 2009.

Gómez de la Serna, Ramón (1928): *El orador o la mano*. RTVE, película (4'09").

<<http://www.rtve.es/alacarta/videos/el-orador-o-la-mano/orador-mano-protagonizado-ramon-gomez-serna/1570987/>>.

Pastor, Lluís (2007): *Si un lleó entrés en uns grans magatzems. Descobreix els paranys de la comunicació*, Badalona: Ara llibres.

Pastor, Lluís (2008): *Retórica Exprés*, Barcelona: UOC.

Pastor, Lluís (2008): *Parla'm i seré feliç*, Barcelona: Ara llibres.

Pastor, Lluís (2010): *Escritura sexy*, Barcelona: UOC.

Pastor, Lluís (2011): *Funiversity: los medios de comunicación cambian la Universidad*, Barcelona: UOC.

Pastor, Lluís (2016): *La retórica antigua*, Barcelona: UOC.